



ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГОВЕ ЦІНОУТВОРЕННЯ»

1. Код: ПФП 15

2. Назва: Маркетингове ціноутворення.

3. Тип: обов'язковий

4. Рівень вищої освіти: I (бакалаврський).

5. Рік навчання, коли пропонується дисципліна: 4.

6. Семестр, коли вивчається дисципліна: 8

7. Кількість встановлених кредитів ЄКТС: 4,5

8. Прізвище, ініціали лектора/лекторів, науковий ступінь, посада: Мартинюк Оксана Володимирівна,
к.е.н., доц.

9. Результати навчання:

- знати сутність цінової політики підприємства;
- володіти основними прийомами і методами ціноутворення при вирішенні маркетингових проблем у процесі реалізації продуктів на ринку;
- використовувати механізми формування ціни на продукцію підприємства;
- застосовувати основні принципи теорії і практики маркетингового ціноутворення на підприємстві.

10. Форми організації занять: навчальне заняття, самостійна робота, практична підготовка, поточний модульний контроль.

11. • Дисципліни, що передують вивченню зазначеної дисципліни: «Маркетинг», «Маркетингові дослідження», «Маркетингова товарна політика», «Гроші і кредит», «Економічний механізм маркетингу», «Маркетинговий аудит».

• Дисципліни, що вивчаються супутньо із зазначеною дисципліною (за необхідності): «Логістика», «Маркетинг послуг», «Управління проектами».

12. Зміст курсу: Введення в ціноутворення. Формування цінової політики. Ціна як інструмент маркетингової цінової політики. Система цін та їх класифікація. Фактори маркетингового ціноутворення. Методичні підходи до ціноутворення в системі маркетингу. Прийняття рішень щодо визначення ціни, корегування ціни. Особливості дослідження ринкової кон'юнктури в ціноутворенні. Маркетингова цінова стратегія. Ціноутворення в міжнародному маркетингу. Оцінювання помилки і ризику в ціноутворенні. Державне регулювання в процесі ціноутворення в Україні. Ціноутворення брендів.

13. Рекомендовані навчальні видання:

1. Закон України «Про ціни і ціноутворення» від 3.12.1998 р.
2. Белявцев М.І. Маркетингова цінова політика: навчальний посібник. / М.І. Белявцев, І.В. Петренко, І.В. Прозорова – Київ: Центр навчальної літератури, 2005. – 332 с.
3. Длігач А.О. Маркетингова цінова політика: світовий досвід, вітчизняна практика: Навчальний посібник. / А.О. Длігач. – К.: ВД «Професіонал», 2006. – 304 с.
4. Дугіна С.І. Маркетингова цінова політика: Навч. Посібник. / С.І. Дугіна – К.: КНЕУ, 2005. – 393 с.
5. Маркетинг: Навч. посібник / М.В. Мальчик, Н.А. Гонтаренко, О.В. Попко, З.О. Толчанова, Б.О.Король, О.В. Мартинюк, С.І. Коваль; за заг. ред. д.е.н., проф. Мальчик М.В. – Рівне: НУВГП, 2014. – 444 с.

14. Заплановані види навчальної діяльності та методи викладання:

24 год. лекцій, 22 год. практичних робіт, 89 год. самостійної роботи. Разом – 135 год.

Методи: інтерактивні лекції, елементи проблемної лекції, індивідуальні завдання, впровадження ділових та ролевих ігор, кейс-методів, індивідуальні та групові науково-дослідні завдання, використання мультимедійних засобів.

15. Форми та критерії оцінювання:

Оцінювання здійснюється за 100-бальною шкалою.

Підсумковий контроль: **екзамен** в кінці 8 семестру.

Поточний контроль (60 балів): тестування, опитування.

16. Мова викладання: українська.



DESCRIPTION OF EDUCATIONAL DISCIPLINE "MARKETING PRICING"

1. Code: PFP 15

2. Title: Marketing Pricing.

3. Type: compulsory

4. Higher education level: the first (Bachelor's degree).

5. Year of study, when the discipline is offered: 4.

6. Semester when studying discipline: 8

7. Number of established ECTS credits: 4,5

8. Surname, initials of the lecturer / lecturers, degree, position: Martyniuk Oksana, candidate of sciences (economics) associate professor.

9. Learning outcomes:

- to know the essence of the company's pricing policy;
- master the basic methods and methods of pricing in solving marketing problems in the process of selling products on the market;
- use the mechanisms of price formation for the products of the enterprise;
- apply the basic principles of the theory and practice of marketing pricing at the enterprise

10. Forms of organizing classes: training classes, independent work, practical training, control measures, current module control.

11. • Disciplines preceding the study of the specified discipline: "Marketing", "Marketing Research", "Marketing Commodity Policy", "Money and Credit", "Economic Marketing Mechanism", "Marketing Audit".

• Disciplines studied in conjunction with the discipline (if necessary): Logistics, Marketing Services, Project Management.

12. Content of the course: Introduction to pricing. Formation of price policy. Price as a tool for marketing pricing. Price system and its classification. Factors of marketing pricing. Methodical approaches to pricing in the marketing system. Decision-making for price determination, price adjustment. Features of the study of market conjuncture in pricing. Marketing pricing strategy. Pricing in international marketing. Estimation of error and risk in pricing. State regulation in the process of pricing in Ukraine. Pricing of brands.

13. Recommended editions:

1. The Law of Ukraine "On Prices and Pricing" of 3.12.1998

2. Belyavtsev M.I. Marketing pricing policy: tutorial. / M.I. Belyavtsev, IV Petrenko, IV Prozorova - Kyiv: Center for Educational Literature, 2005. - 332 pp.

3. Dligach A.O. Marketing pricing policy: world experience, domestic practice: Tutorial. / A.O. Dligach - K .: VD "Professional", 2006. - 304 p.

4. Dugina S.I. Marketing pricing policy: Teaching. A guide. / SI Dugina - K .: KNEU, 2005. - 393 p.

5. Marketing: Teaching. manual / M.V. Malchyk, N.A. Gontarenko, O.V. Popko, Z.O. Tolchanova, B.O.Korol, O.V. Martynjuk, S.I. Koval; per community Ed. doctor of sciences, prof. Malchyk M.V. - Rivne: NUVGP, 2014 - 444 p.

14. Planned types of educational activities and teaching methods:

lectures – 24 hours, practical classes – 22 hours, independent work – 89 hours. Total – 135 hours.

Methods of teaching: interactive lectures, problem lecture elements, individual tasks, implementation of business and role games, case studies, individual and group research tasks, using multimedia tools.

15. Forms and assessment criteria:

The evaluation is carried out on a 100-point scale.

Final control: exam at the end of the 8 semester.

Current Control (60 points): testing, questioning.

16. Language of teaching: Ukrainian.

Head of the Department

M.V. Malchyk,
Doc. econ Sciences, prof.